

IMPLEMENTASI PERJANJIAN USAHA WARALABA SKALA KECIL DI SEMARANG

Agustine Eva Maria Soekesi
Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
Yohanes Sugiharto
Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata

ABSTRAK

Bagi pelaku usaha yang merasa kurang memiliki pengetahuan dalam pengelolaan usaha secara utuh, waralaba (*franchise*) dapat menjadi salah satu pilihan. Karena pada umumnya usaha waralaba telah memiliki sistem operasi dan tata cara yang baku dan umumnya diatur dan dikelola oleh *franchisor*nya. Dengan demikian *franchisee* tinggal menjalankan saja. Oleh karenanya sangat diperlukan adanya perjanjian yang jelas antara *franchisor* dan *franchisee* agar kegiatan usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar. Usaha dalam bentuk waralaba tersebut relatif banyak dipilih para pelaku usaha skala kecil karena kurang memiliki pengetahuan dalam pengelolaan usaha dan juga modal. Paper ini menyajikan hasil penelitian tentang implementasi perjanjian waralaba skala kecil berdasar pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Usaha Waralaba dan perubahannya Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014. Usaha waralaba skala kecil yang diteliti adalah yang bergerak di bidang pangan (makanan dan minuman) di kota Semarang. Pendekatan yang dipergunakan adalah teori yang terkait dengan usaha kecil, waralaba, dan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait. Data yang digunakan adalah data primer yang dianalisis dengan menggunakan pembandingan perjanjian dan peraturannya. Dari 7 usaha waralaba skala kecil bidang pangan, belum semua peraturan tersebut dimuat dalam perjanjian dan diimplementasikan.

Kata kunci : usaha skala kecil, perjanjian waralaba, *franchisor*, *franchisee*

PENDAHULUAN

Di Indonesia proporsi usaha yang masuk dalam kategori UMKM mencapai lebih dari 90%, yang sebagian besar (lebih dari 60%) bergerak di bidang pangan (makanan dan minuman). Namun menjalankan sebuah usaha secara mandiri dalam kategori usaha tersebut tidaklah selalu mudah terutama pada skala kecil. Hal ini dikarenakan memiliki jiwa wirausaha saja tidak cukup, tetapi juga memiliki orientasi kewirausahaan yang jelas agar usaha tersebut dapat maju dan berkembang (Lumpkin and Dess, 1996).

Hal lain yang diperlukan dalam menjalankan usaha mandiri adalah pengetahuan dalam pengelolaan usaha secara komprehensif. Pengetahuan tersebut mencakup aspek fungsional manajemen yang mendasar, seperti sistem operasi yang tidak saja desain produk dan proses produksinya, namun juga pengadaan material yang diperlukan untuk menghasilkan produk tersebut, serta kejelasan kontrak dalam perspektif hukum. Keterbatasan yang dimiliki tersebut tentu saja menjadi faktor penghambat untuk

memulai usaha mandiri sebagai media untuk memperoleh penghasilan.

Adanya keterbatasan tersebut kemudian juga tidak menjadi penghalang bagi pelaku usaha skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk melakukan usaha produktif. Ada di antara mereka yang memilih format waralaba. Pertumbuhan usaha waralaba di Indonesia telah mencapai 18,4%.

Untuk menjalankan usaha dengan format waralaba, diperlukan setidaknya dua pihak yaitu *franchisor* (pihak yang memberi ijin usaha waralaba) dan *franchisee* (pihak yang dipilih dan menerima ijin usaha waralaba). Agar usaha tersebut dapat berhasil maka dituntut agar *franchisor* memiliki keahlian manajerial dengan kapasitas kemampuan lebih besar. Selain itu juga dibutuhkan kerja keras karena pelaksanaannya adalah *franchisee* (Astuti, 2005).

Bagi *franchisee* usaha dengan format waralaba dapat menjadi solusi karena adanya keterbatasan kemampuan manajerial usaha. Sehingga banyak usaha waralaba dalam skala kecil beroperasi di Indonesia. Pelaku usaha skala kecil yang memiliki banyak keterbatasan tersebut mengambil keputusan berwirausaha dengan format waralaba. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Soekesi dan Simandjuntak (2013 dan 2014)

menunjukkan bahwa system operasi yang dikelola dalam format usaha waralaba skala mikro dan kecil di bidang pangan (studi kasus di Semarang dan Yogyakarta) tidak dilaksanakan dengan jelas. Namun penelitian ini tidak mengkaji hal mendasar usaha waralaba sesuai regulasi yang berlaku di Indonesia. Dengan tidak terlaksananya sistem operasi yang baik, terdapat fenomena yang terjadi pada usaha waralaba skala kecil di bidang pangan yang tidak memenuhi hal yang mendasar dalam usaha tersebut. Oleh karenanya berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan

Hal yang mendasar dalam usaha dengan format adalah pemenuhan kriteria usahanya dan perjanjian kedua belah pihak (*franchisor* dan *franchisee*). Regulasi di Indonesia yang mengatur kriteria tersebut termuat dalam pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No 53 tahun 2012 (yang diperbaharui pada Nomor 57 tahun 2014 dengan sisipan atau tambahan pada pasal 9A). Sedangkan untuk perjanjiannya diatur dalam pasal 5 Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007.

Studi kasus akan dilakukan untuk usaha waralaba skala kecil yang bergerak di bidang pangan di kota Semarang. Ketentuan skala kecil berdasar Undang undang Nomor 20 tahun 2008 yaitu bahwa dari segi penjualan rata-rata per tahun

berkisar antara Rp 300.000.000,- sampai dengan Rp 2.500.000.000,-. Hasil penelitian dapat saja usaha waralaba memenuhi regulasi atau tidak memenuhi regulasi. Maka akan dilakukan kajian terpenuhi atau tidaknya regulasi tersebut karena memang tidak bersedia memenuhi atau tidak mampu memenuhi karena kondisi tertentu.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Waralaba

Waralaba merupakan hak istimewa (*privilege*) yang terjalinkan dan diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran (Sutedi, 2008). Dari pengertian tersebut maka usaha waralaba melibatkan dua pihak yaitu *Franchisor* yaitu wirausaha pemilik usaha, produk, dan sistem operasi yang dipatenkan. Dalam perkembangannya *franchisor* dapat memberikan bantuan yang luas pengertiannya kepada *franchisee* (pembeli usaha waralaba). Sedangkan *Franchisee* adalah pihak yang dipilih atau disetujui *franchisor*, menjalankan usaha, syarat adanya imbalan dalam jangka waktu tertentu. *Franchisee* tentunya akan terikat kewajiban tertentu kepada *franchisor*.

Skala Usaha

Sesuai dengan Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kriteria UMKM tersebut adalah sebagai berikut :

A. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

B. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai

dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

C. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Kriteria Dan Perjanjian Waralaba

Ada banyak regulasi yang mengatur tentang usaha dengan format waralaba, demikian juga dengan di Indonesia. Dua hal mendasar yang idealnya dipenuhi tersebut terkait dengan usahanya serta keterlibatan dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Kriteria tersebut diatur dalam pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 tentang waralaba (yang diperbarui pada Peraturan Menteri perdagangan nomor 57 tahun

2014 dengan sisipan pasal 9A) sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar

Sedangkan regulasi yang mengatur perjanjian kedua belah pihak ada pada pasal 2 Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba sebagai berikut:

- a. Nama dan alamat para pihak
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual
- c. Kegiatan Usaha
- d. Hak dan Kewajiban para pihak
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba
- f. Wilayah usaha
- g. Jangka waktu perjanjian
- h. Tata cara pembayaran imbalan
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris
- j. Penyelesaian sengketa

- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran,
dan pemutusan perjanjian

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah implementasi perjanjian yang dalam usaha skala kecil dengan format waralaba di bidang pangan di kota Semarang.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha waralaba skala kecil di bidang pangan di kota Semarang dengan rata-rata penjualan tahunan berkisar antara Rp 300.000.000,- sampai dengan Rp 2.500.000.00,- (UU no 20 tahun 2008 tentang UMKM). Belum ada data sekunder yang resmi mengenai keberadaan jumlah pelaku usaha tersebut di Kantor Koperasi dan UMKM Semarang maupun Badan Pusat Statistik. Oleh karenanya ditetapkan sampel berdasar *purposive sampling* yaitu sampel usaha waralaba skala kecil di bidang pangan yang memenuhi kriteria populasi tersebut. Karena keterbatasan waktu dan biaya penelitian ditetapkan dengan kuota sampling sebanyak 7 (tujuh) sampel yang memenuhi kriteria populasi dan bersedia.

Jenis Dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah primer dengan menggunakan kuesioner dan wawancara.

Metode Analisis

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode perbandingan, yaitu membandingkan perjanjian waralaba dengan peraturan (pasal 2 Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba dan pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 tentang waralaba yang diperbarui pada Peraturan Menteri perdagangan nomor 57 tahun 2014 dengan sisipan pasal 9A), serta pelaksanaannya yang dikaji secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan kecenderungan umum dan juga hal-hal spesifik yang perlu ditindaklanjuti secara manajerial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Usaha waralaba dapat menjadi pilihan bagi para pelaku usaha kecil yang kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan dan mengelola usaha. Karena usaha waralaba memiliki format yang sebagian besar sudah ditetapkan spesifikasinya oleh pihak *franchisor*. Spesifikasi tersebut dapat mencakup merk (logo dan tulisan), isi dan kemasan produk, gerai, pengadaan bahan baku, peralatan, proses dan fasilitas (mesin dan peralatan) produksi, serta mekanisme

pengelolaannya. Nilai investasi untuk dapat memiliki usaha waralaba bidang pangan skala kecil relatif rendah. Dengan sekitar Rp 4.500.000,- dapat memiliki dan mengoperasikan 1 gerai.

Tetapi keberadaannya belum menjadi sebuah usaha yang dikelola, didampingi, dan dibina oleh Kantor Koperasi dan UMKM Semarang. Usaha waralaba yang dikelola pemerintah (dalam hal ini Kantor Perdagangan) adalah waralaba untuk skala menengah dan besar. Karena selain peraturannya jelas, untuk skala menengah dan besar terkait dengan Pendapatan Asli Daerah. Sedangkan usaha waralaba skala mikro dan kecil belum ada pembinaan dan pengelolaan dari pemerintah. Pemerintah melalui Kementrian Koperasi dan UMKM sampai saat sebatas membina dan mengelola usaha mikro, kecil, dan menengah yang formatnya bukan waralaba.

Usaha skala kecil dengan format waralaba banyak yang bergerak di bidang produk pangan (makanan dan minuman). Kondisi ini mirip dengan usaha pada skala yang sama meskipun formatnya bukan waralaba. Di luar pengelolaan yang khas dalam usaha waralaba, para pelaku usaha banyak memilih usaha di bidang pangan ini karena sebagian besar dari mereka berpendapat bahwa perputaran kas (modal kerja) relatif cepat. Sehingga relatif mudah

untuk dikelola. Meskipun umur simpan produk relatif singkat, namun pembelian dari konsumen yang bersifat repetitif dapat mengoptimalkan risiko. Kondisi ini memungkinkan untuk meminimalisir persediaan.

Dari 7 usaha yang pemiliknya bersedia menjadi responden 5 diantaranya bergerak di bidang makanan (ayam goreng 3 usaha, olahan pisang, dan kebab), sedangkan 2 usaha di bidang produk minuman (teh dan coklat). Lama usaha berdiri berkisar antara 17 bulan sampai dengan 36 bulan. Adanya usaha waralaba skala kecil yang dapat bertahan sampai 36 bulan (3 tahun) menunjukkan adanya kemampuan untuk dapat terus mengatasi persaingan, mengingat tidak sedikit usaha waralaba bidang pangan yang hanya bertahan beberapa bulan karena tidak diminati konsumen. Usaha yang dapat bertahan sampai 3 tahun tersebut adalah waralaba skala kecil yang menjual ayam goreng. Produk ini memang relatif tidak banyak dituntut untuk inovasi oleh konsumen dan banyak dibutuhkan dengan tingkat kejenuhan yang relatif rendah.

Investasi awal ke 7 usaha dalam penelitian ini berkisar antara Rp 6.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000,- dengan penjualan rata-rata per tahun antara Rp 360.000.000,- sampai dengan Rp 1.800.000.000,-. Investasi

tersebut mencakup gerai dengan fasilitas produksi (mesin dan peralatan), pelatihan ketrampilan proses produksi dan pengelolaan, serta pengadaan bahan bakuan bahan pendukung untuk satu periode produksi. Sedangkan penjualan bersih yang dimaksud adalah penjualan atas produk yang dijual dari usaha waralaba tersebut.

Dalam hal perjanjian waralaba, semua materi disampaikan secara tertulis, diketahui dan disepakati kedua belah pihak baik *franchisor* maupun *franchisee*. Ada 5 alasan utama yang menjadi dasar para *franchisee* dalam memilih usaha kecil dengan format waralaba yaitu:

- a. Relatif mudah (karena memiliki keterbatasan dalam hal pengelolaan usaha dan keterampilan dalam proses produksi)
- b. Spesifikasi produk dan proses produksinya sudah pasti dan mudah dipraktikkan
- c. Keterbatasan dalam hal permodalan untuk memiliki usaha sendiri
- d. Fasilitas usaha yang diberikan sudah lengkap
- e. Peraturan tidak sulit untuk dijalankan

Berdasarkan proses rekrut data, responden (yang mewakili satu usaha waralaba skala kecil) dalam penelitian tidak bersedia nama usahanya disebut secara eksplisit dan hanya bersedia disebut jenis produknya saja. Oleh karenanya dalam pembahasan selanjutnya setiap responden diberikan identitas berupa simbol sebagai berikut :

1. Produk ayam goreng nasi (A1)
2. Produk ayam goreng tepung (A2)
3. Produk ayam goreng crispy (A3)
4. Produk pisang keju (A4)
5. Produk kebab (A5)
6. Produk aneka minuman teh (A6)
7. Produk aneka minuman coklat (A7)

Implementasi Perjanjian Waralaba Berdasarkan Peraturan

Peraturan dalam hal ini adalah pasal 2 Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba dan pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 tentang waralaba (yang diperbarui pada Peraturan Menteri perdagangan nomor 57 tahun 2014 dengan

sisipan pasal 9A). Sedangkan perjanjian perjanjian waralaba antara *franchisor* adalah materi yang termuat dalam dengan *franchisee*.

Tabel 1.
Rekapitulasi Hasil Berdasarkan Kriteria Usaha Waralaba
(Pasal 5 Permendag No 53 Tahun 2012 dan perubahannya nomor 57 tahun 2014
dengan sisipan pasal 9A)

Butir	Kriteria	Deskripsi penerapan
a	Memiliki ciri khas usaha	Semua memiliki ciri berupa nama, merk, logo, format gerai, kemasan produk
b	Terbukti sudah memberikan keuntungan	Dipenuhi 6 usaha yaitu A1, A2, A3, A4, A6, dan A7. Untuk A5 merupakan usaha (<i>franchisee</i>) yang pertama (awal 2018). Tetapi saat ini sudah terbukti menghasilkan keuntungan secara finansial
c	Memiliki standar pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan dan dibuat secara tertulis	Semua usaha waralaba memiliki standar produk pangan yang dihasilkan, bahan dan proses produksi yang termuat dalam deskripsi usaha. Deskripsi usaha ini dapat diakses <i>franchisee</i> sebelum terikat perjanjian.
d	Mudah diajarkan dan diaplikasikan	Semua pelaku usaha waralaba mempersepsikan usaha mereka mudah diajarkan dan diaplikasikan karena mereka semua dapat melaksanakan. Hal ini dibuktikan bila ada karyawan baru maka <i>franchisee</i> yang melakukan pelatihan khususnya proses produksi.
e	Adanya dukungan berkesinambungan	Semua usaha waralaba (<i>franchisee</i>) menyatakan dukungan berkelanjutan dari <i>franchisor</i> khususnya bila ada persoalan teknis terkait dengan pengadaan bahan dan proses produksi termasuk pengelolaan fasilitasnya.
f	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar	Semua belum memiliki Hak Kekayaan Intelektual, karena masih dipersepsikan sulit dan membutuhkan biaya yang relatif besar

Sumber : Data Primer, diolah (2019)

Tabel 2.
Rekapitulasi Hasil Tentang Pelaksanaan Perjanjian Waralaba
(Pasal 2 Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007)

Butir	Perjanjian	Pelaksanaan Perjanjian
a	Nama dan alamat para pihak	Semua usaha waralaba memiliki perjanjian yang lengkap mengenai kejelasan nama dan alamat kedua belah pihak baik <i>franchisee</i> maupun <i>franchisor</i>
b	Jenis Hak Kekayaan Intelektual	Semua usaha waralaba belum memiliki Hak Kekayaan Intelektual, karena dipersepsikan sulit prosedurnya dan membutuhkan biaya relatif besar
c	Kegiatan Usaha	Usaha A1 dan A2 memiliki perjanjian yang memuat deskripsi kegiatan usaha yang lengkap mencakup spesifikasi usaha, produk, bahan, proses produksi,

		kemasan, dan penetapan harga. Untuk A3 dan A4 deskripsinya mencakup spesifikasi usaha, produk, proses produksi dan harga. Sedangkan A5, A6, dan A7 hanya spesifikasi produk dan harga. Semua yang termuat tersebut sampai saat ini dilaksanakan
d	Hak dan kewajiban para pihak	Semua usaha waralaba memiliki hak dan kewajiban baik pihak <i>franchisor</i> maupun <i>franchisee</i> . Selama ini belum ada pelanggaran signifikan dalam menjalankan hak dan kewajiban. Khusus untuk A2 dan A5 dalam hak dan kewajiban ditambahkan dengan sanksi bila tidak dipenuhi. Selama ini hanya terjadi kendala teknis untuk pemesanan bahan (A1 dan A4) yang tidak mengganggu persediaan untuk proses produksi
e	Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba	Bantuan yang dimuat dalam perjanjian, pelaksanaannya lebih mengarah kepada bantuan <i>franchisor</i> kepada <i>franchisee</i> terkait proses produksi termasuk pengelolaan fasilitasnya. Untuk semua usaha hal ini menjadi bagian dari kewajiban <i>franchisor</i>
f	Wilayah usaha	Semua usaha waralaba tidak memuat perjanjian wilayah usaha, semua hanya sebatas lokasi gerai yang pelaksanaannya sampai saat ini tidak berubah lokasinya. Untuk penetapan lokasi ini mendapat persetujuan dari <i>franchisor</i> yang sebelumnya melakukan penilain dan memberi masukan kepada <i>franchisee</i> .
g	Jangka waktu perjanjian	Untuk usaha A5 memiliki jangka waktu perjanjian selama 2 tahun (akan berakhir awal tahun 2020) tapi dapat diperpanjang. Setelah 2 tahun <i>franchisee</i> A5 diijinkan untuk memodifikasi produknya, tapi produk utama tetap diproduksi. Sedangkan enam usaha lainnya jangka waktu perjanjian selama usaha berdiri.
h	Tata cara pembayaran imbalan	Semua usaha waralaba memiliki tata cara pembayaran imbalan dan dilakukan saat awal usaha. Hal ini dimuat dalam hak dan kewajiban. Khusus untuk A1 memiliki kewajiban membayar <i>fee</i> 5% dari keuntungan usaha kepada <i>franchisor</i> dan selama ini dapat dilakukan karena ada pemantauan dari <i>franchisor</i> .
i	Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris	Semua usaha waralaba hanya memiliki perjanjian untuk kepemilikan saja yang sampai saat ini belum ada perubahan kepemilikan sebagai <i>franchisee</i> .
j	Penyelesaian sengketa	Hanya 2 usaha waralaba yang memiliki perjanjian penyelesaian sengketa yaitu A2 dan A5. Sampai saat ini belum ada sengketa yang signifikan, karena hanya sebatas persoalan kelambatan pengiriman bahan dari <i>franchisor</i> yang tidak mengganggu persediaan dan proses produksi. Hal ini terjadi karena kesalahan penulisan pesanan dan kesalahan menghitung jumlah pesanan bahan.
k	Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian	Hanya A5 yang memiliki perjanjian perpanjangan, karena batas waktunya 2 tahun dan baru akan berakhir pada awal 2020. Sedangkan usaha waralaba

		lainnya tidak memiliki perjanjian perpanjangan karena mengikat selama usaha berdiri. Untuk pengakhiran dan pemutusan, tidak ada usaha waralaba yang memuat hal ini dalam perjanjiannya.
--	--	---

Sumber: Data Primer, diolah (2019)

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Terkait dengan kriteria usaha waralaba pada pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 tentang waralaba (yang diperbarui pada Peraturan Menteri perdagangan nomor 57 tahun 2014 dengan sisipan pasal 9A) sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan

Untuk kelima hal tersebut sudah dipenuhi oleh seluruh usaha waralaba skala kecil yang menjadi responden dalam penelitian ini. Ada satu kriteria yang tidak dipenuhi yaitu Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar. Tidak ada usaha waralaba yang memiliki HKI, karena pihak *franchisor* mempersepsikan prosedurnya sulit dan membutuhkan biaya

cukup tinggi. Yang dimiliki saat ini hanya Surat Injin Usaha Perdagangan dan Tanda daftar Perusahaan.

Terkait dengan perjanjian yang termuat dalam pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, dari 11 butir ada 9 butir perjanjian yang telah dimiliki dan dipenuhi oleh seluruh usaha waralaba yang menjadi responden penelitian yaitu :

- a. Nama dan alamat para pihak
- b. Kegiatan Usaha
- c. Hak dan Kewajiban para pihak
- d. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba
- e. Jangka waktu perjanjian
- f. Tata cara pembayaran imbalan
- g. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris
- h. Penyelesaian sengketa
- i. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian

Meskipun tidak disajikan secara eksplisit untuk setiap butir perjanjian, namun 9 unsur tersebut telah dimuat di

dalam perjanjian kontrak antara *franchisor* dan *franchisee*. Dua hal yang belum dilaksanakan adalah tentang Hak Kekayaan Intelektual dan wilayah Usaha. Wilayah usaha dipersepsikan oleh *franchisor* sudah melekat pada alamat di mana lokasi gerai didirikan.

Untuk pelaksanaannya secara umum sudah memenuhi apa yang menjadi kriteria dan yang termuat dalam butir-butir perjanjian. Beberapa hal menyimpang dari perjanjian masih sebatas persoalan-persoalan teknis yang tidak mengganggu operasional usaha. Sejauh ini tidak ada sanksi yang dijalankan oleh *franchisor* dan *franchisee*, karena persoalan terjadi karena kurang teliti dan kendala jumlah persediaan bahan yang terbatas, namun masih dapat dipenuhi untuk dikirim kepada *franchisee*.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, saran yang diusulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perlunya pemantauan secara periodik dari *franchisor* sebagai bentuk bantuan dan komitmen agar spesifikasi usaha tetap dapat dijaga. Karena kesesuaian pelaksanaan dengan apa yang dimuat dalam perjanjian harus dijaga standarnya. Selain itu dengan adanya pemantauan, maka usaha akan

dikelola dengan lebih profesional termasuk jaminan pemenuhan hak dan kewajibannya.

- b. Sebagai sebuah usaha yang sudah dijalankan, untuk 4 usaha waralaba yang belum memiliki ijin usaha hendaknya segera mendaftar menjadi usaha yang berdiri secara legal. Mencermati nilai penjualan bersih tahunan rata-rata yang relative besar, maka dengan terdaftar secara resmi wajib memenuhi kewajiban seperti membayar pajak dan lainnya.
- c. Supaya usaha ini dapat berkembang lebih baik maka perlu adanya asosiasi pengusaha waralaba untuk mendapat akses agar dapat dibina dan didampingi oleh dinas Koperasi dan UMKM. Pembinaan ini penting karena ada 5 usaha yang belum memiliki ijin usaha. Selain itu pengelolaan yang lebih profesional seperti pemahaman tentang HKI juga sangat perlu, supaya produk tidak ditiru oleh pesaing. Karena apabila ditiru pesaing maka potensi pasar akan berkurang dan dapat menyebabkan usaha tidak dapat eksis dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Dewi (2005), Kajian Bisnis Franchise makanan di Indonesia, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 7 no 1 Maret
- Lumpkin, G.T and Dess, Gregory G, 1996, Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linkng It to Performance, The Academy of Management Review, p 135 – 172.
- Putra, Kristian Kusuma, (2018), Evaluasi Pelaksanaan Perjanjian waralaba pada Bisnis Churrios Menurut Peraturan pemerintah nomor 42 tahun 2007, penelitian skripsi
- Sewu, P. Lindawaty, 2004, Franchise: Pola Bisnis spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi, Utomo, Bandung
- Soekesi, Augustine Eva M, dan Simandjuntak, Marcella E (2013) Rancangan Usaha Waralaba Dengan Sistem Operasi Yang Sesuai Untuk Skala Mikro Dan Kecil (tahun pertama), Dikti, Hibah Bersaing
- Soekesi, Augustine Eva M, dan Simandjuntak, Marcella E (2014) Rancangan Usaha Waralaba Dengan Sistem Operasi Yang Sesuai Untuk Skala Mikro Dan Kecil (tahun kedua), Dikti, Hibah Bersaing
- Stainley, 2016, Analisis Usaha Makanan yang Dijalankan dengan Sistem Waralaba pada Mie Pangsit ABC di kota Semarang, hasil Penelitian skripsi
- Sutedi, Adrian (2008) Hukum Waralaba, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia
- Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 tentang waralaba (yang diperbarui pada Peraturan Menteri perdagangan nomor 57 tahun 2014 dengan sisipan pasal 9A).
- Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba